



Administración de proyectos culturales

		UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Sistema Escolarizado: Modalidad Presencial Programa de Estudios de la asignatura			
Administración de proyectos culturales					
Clave	Semestre	Créditos	Campo de conocimiento:		
	7°-8°	8	Administración avanzada		
			Eje de formación:		
			Profesionalización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab ()		Tipo	T (X) P () T/P ()	
	Seminario () Otros (especificar)				
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)		Horas		
	Obligatorio E () Optativo E ()				
Duración (Número de semanas)	16		Semana	Semestre	
			Teóricas: 4	Teóricas: 64	
			Prácticas: 0	Prácticas: 0	
			Total 4	Total 64	
Seriación					
Ninguna (X)					
Obligatoria ()					
Asignatura antecedente					
Asignatura subsecuente					
Indicativa ()					
Asignatura antecedente					
Asignatura subsecuente					
Objetivo general:					
Al finalizar el curso, el alumnado desarrollará un proyecto artístico que sirva de apoyo a la cultura mexicana.					

Objetivos particulares:

Al finalizar la unidad, el alumnado:

1. Comprenderá los conceptos básicos de administración del arte y la cultura en México, así como las figuras administrativas que integran el arte.
2. Conocerá elementos de ingresos y egresos para la presentación de presupuestos y costos y el manejo y aplicación de estos.
3. Identificará los distintos tipos y esquemas de patrocinio, y los beneficios para el patrocinador.
4. Conocerá las herramientas para un manejo adecuado de la mercadotecnia y la comunicación, como relaciones públicas y medios de comunicación.
5. Conocerá los conceptos más relevantes para comprender el proceso fiscal y el manejo de deducción de impuestos
6. Distinguirá las redes sociales (blogs, Facebook y twitter) como herramienta institucional.
7. Conocerá las distintas técnicas de venta y montaje de obras de arte y cultura.

Índice temático			
Unidad	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a la administración de la cultura	6	0
2	Presupuesto y costos	8	0
3	Patrocinio-Carpeta ejecutiva	10	0
4	Mercadotecnia y comunicación	14	0
5	Fiscal	6	0
6	Redes Sociales	12	0
7	Producción de eventos culturales	8	0
Total		64	

Contenidos temáticos	
Subtemas	
Temas	
	1. Introducción a la administración de la cultura
1	1.1 Bellas Artes 1.2 Arte y Cultura en México 1.3 Figuras administrativas de la cultura
	2. Presupuesto y costos
2	2.1 Egresos necesarios en un proyecto cultural 2.2 Proyección de ingresos en un proyecto cultural 2.4 Presentación de un presupuesto

	3. Patrocinio-Carpeta ejecutiva
3	3.1 Información institucional 3.2 Tipos y esquemas de patrocinio 3.3 Información del proyecto 3.4 Beneficios para el patrocinador
	4. Mercadotecnia y comunicación
4	4.1 Diseño gráfico 4.2 Mensajes publicitarios 4.3 Medios de Comunicación 4.4 Relaciones Públicas
	5. Fiscal
5	5.1 Donatarias Autorizadas 5.2 Deducción de impuestos en patrocinios y donativos 5.3 Apoyo fiscal a la producción de cine y teatro
	6. Redes Sociales
6	6.1 Mercadotecnia Digital 6.2 Blogs 6.3 Facebook y Twitter como herramienta institucional
	7. Producción de eventos culturales
7	7.1 Foros artísticos 7.2 Montaje de obras de arte 7.3 Venta de arte y cultura

Estrategias didácticas
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Exposición ◦ Trabajo en equipo ◦ Lecturas ◦ Trabajo de investigación ◦ Aprendizaje por proyectos ◦ Aprendizaje basado en problemas ◦ Casos de enseñanza

Evaluación del aprendizaje

<ul style="list-style-type: none"> ◦ Exámenes parciales ◦ Examen final ◦ Trabajos y tareas ◦ Presentación de tema ◦ Participación en clase ◦ Rúbricas ◦ Portafolios 	
Perfil profesiográfico del docente	
Título o grado	Licenciatura en Comunicación o Mercadotecnia. Es deseable contar con estudios de posgrado. Especialidad en Mercadotecnia.
Experiencia docente	Mínima de 2 años en educación media superior, superior o posgrado.
Otras características	<p>Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.</p> <p>Para profesores(as) de nuevo ingreso: Haber aprobado el “Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)” que imparte la Facultad de Contaduría y Administración, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración.</p> <p>Para profesores(as) que ya imparten clases en la Facultad: Haber participado recientemente en cursos de actualización docente y de actualización disciplinar con un mínimo de 20 horas.</p>

Bibliografía básica
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Cortina A. (2002), <i>Por Una Ética del Consumo</i>, España, Taurus. ◦ Hill E. (2003), <i>Creative Arts Marketing</i>, Routledge. ◦ Newell F. (1998), <i>Las Nuevas Reglas del Marketing</i>, México, McGraw-Hill. ◦ Paoli A. (2002), <i>Comunicación Publicitaria</i>, México, Trillas. ◦ Radbourne J. (1996), <i>Arts Management: A Practical Guide</i>, Allen & Unwin.
Bibliografía complementaria
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Colberte F. (2010), <i>Marketing de las artes y la cultura</i>, Ariel. ◦ Maqueira J. & Bruque S. (2009), <i>Marketing 2.0: El nuevo Marketing en la web de las Redes Sociales</i>, Alfaomega.
Mesografía
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Secretaría De Cultura www.conaculta.gob.mx ◦ Instituto Nacional de Bellas Artes: INBA www.inba.gob.mx ◦ Fundación Dona Arte www.donaARTE.org.mx